

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam perancangan ini dapat disimpulkan bahwa UD KS PRO memiliki keunggulan sebagai produsen aksesoris otomotif aftermarket yang unik. Namun, brand ini belum dikenal secara luas karena belum memiliki identitas visual yang konsisten dan belum mengoptimalkan strategi branding yang optimal. Hal ini mengakibatkan brand awareness masyarakat terhadap UD KS PRO masih rendah. Oleh karena itu, diperlukan rebranding untuk membentuk citra yang lebih profesional dan relevan agar mampu bersaing di pasar yang kompetitif. Identitas visual yang dirancang sesuai dengan karakter dan nilai perusahaan akan memudahkan konsumen mengenali serta mengingat UD KS PRO sebagai produsen sparepart motor unik dan berbeda dengan kompetitor.

5.2 Saran

Melalui hasil perancangan ini, disarankan agar UD KS PRO dapat mengimplementasikan seluruh elemen rebranding secara menyeluruh dan konsisten pada setiap media komunikasi visual yang digunakan. Namun karena proyek ini masih dalam bentuk rancangan, dibutuhkan komitmen nyata dari pihak UD KS PRO untuk merealisasikan hasil rebranding ini secara bertahap. Selain itu, UD KS PRO juga disarankan untuk mulai mengembangkan strategi promosi digital secara aktif melalui media sosial, marketplace, dan e-commerce sebagai langkah memperluas jangkauan pasar, membangun citra brand yang profesional, serta meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.